

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN COMPANY PROFILE
KALAWA WATERPARK PALANGKA RAYA**

SKRIPSI



disusun oleh

Lipwanto

10.12.4368

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN COMPANY PROFILE
KALAWA WATERPARK PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat sarjana S1

Pada jurusan system informasi



disusun oleh

Lipwanto

10.12.4368

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN COMPANY PROFILE
KALAWA WATERPARK PALANGKA RAYA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lipwanto

10.12.4368

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Nopember 2013

Dosen Pembimbing,



Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN COMPANY PROFILE KALAWA
WATERPARK PALANGKA RAYA**

yang disusun oleh

Lipwanto

10.12.4368

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Oktober 2014

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Mei P Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Kusnawi, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302112

Windha Mega Pradnya D, M.Kom
NIK. 190302185

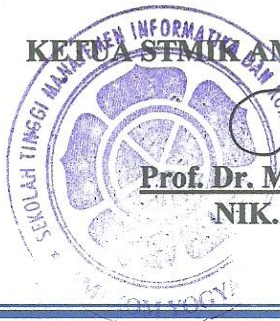
Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Desember 2014

KEFUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suvanto, M.M.
NIK. 190302001



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Desember 2014



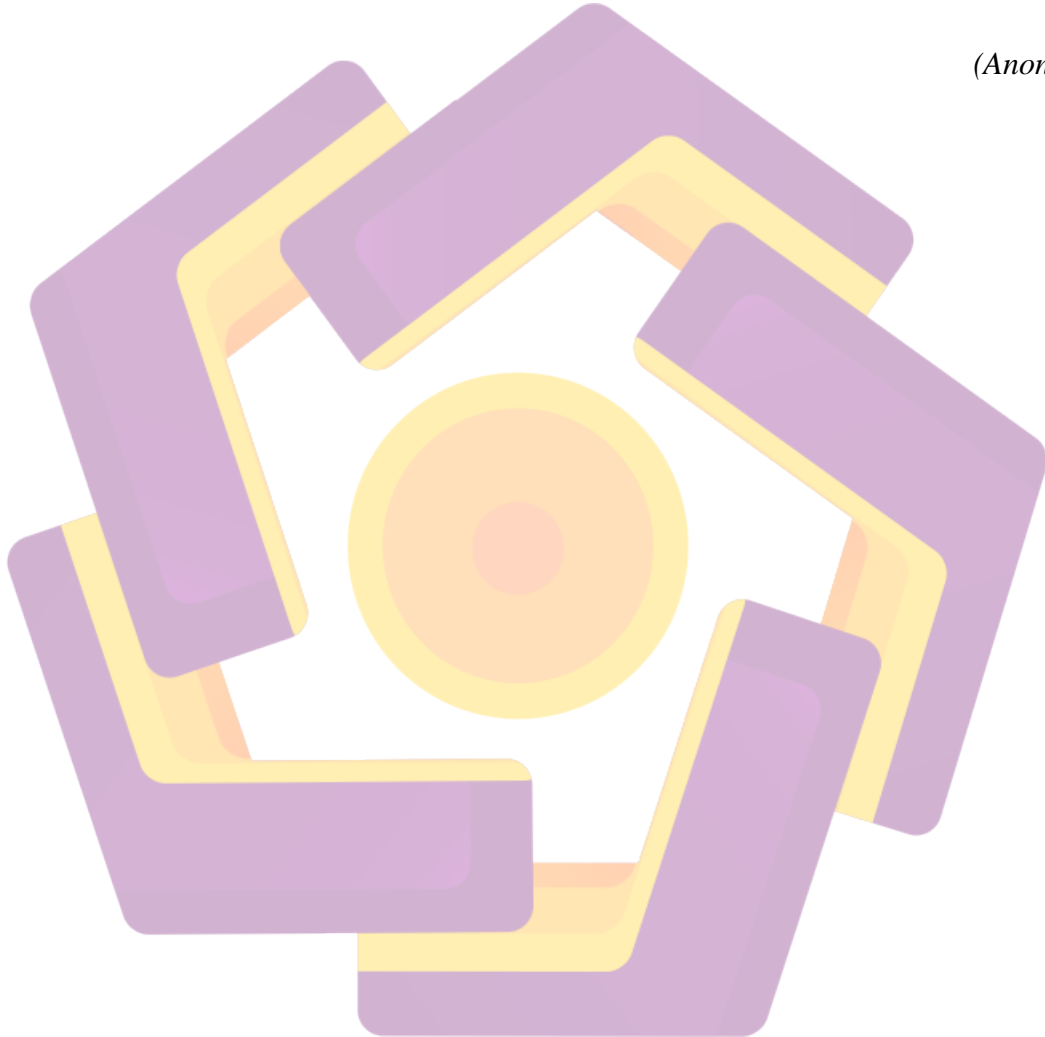
Lipwanto

NIM. 10.12.4368

MOTTO

KECERDASAN bukan penentu **KESUKSESAN**, tetapi **KERJA KERAS** merupakan **PENENTU KESUKSESANMU** yang sebenarnya.

(Anonim)



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis mempersembahkan Skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kepada mereka:

1. Kedua orangtuaku yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tak pernah berhenti.
2. Kakak dan adikku yang senantiasa memberi dorongan dan dukungannya.
3. Teman-teman yang selalu memberikan doa, dorongan dan hiburan untuk saya tanpa henti.
4. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat selesai.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan Skripsi dengan judul : Pembuatan Iklan Video Company Profile Kalawa Waterpark Palangka Raya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Sarjana di Program Studi Sistem Informasi, STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada penulisan ini penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mei.P.Kurniawan, M.Kom, yang saya hormati, selaku dosen pembimbing Skripsi.
2. Bapak Drs. Bambang Sudaryatno, MM, yang saya hormati, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak dan ibu yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
4. Kakak dan adikku yang selalu mendukung saya.
5. Teman-teman 10.S1-SI.01 yang selalu memberikan dukungan dan bersama-sama menyelesaikan studi.
6. Teman-teman Kost Kenthir Wahid Hasyim 25 terimakasih atas persaudaraannya selama ini.
7. Teman-teman Palangka Raya terimakasih atas hiburannya selama ini.
8. Seluruh dosen pengajar Jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.
9. Seluruh staf akademik, staf laboratorium dan staf perpustakaan STMIK AMIKOM Yogyakarta.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu namun tidak disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

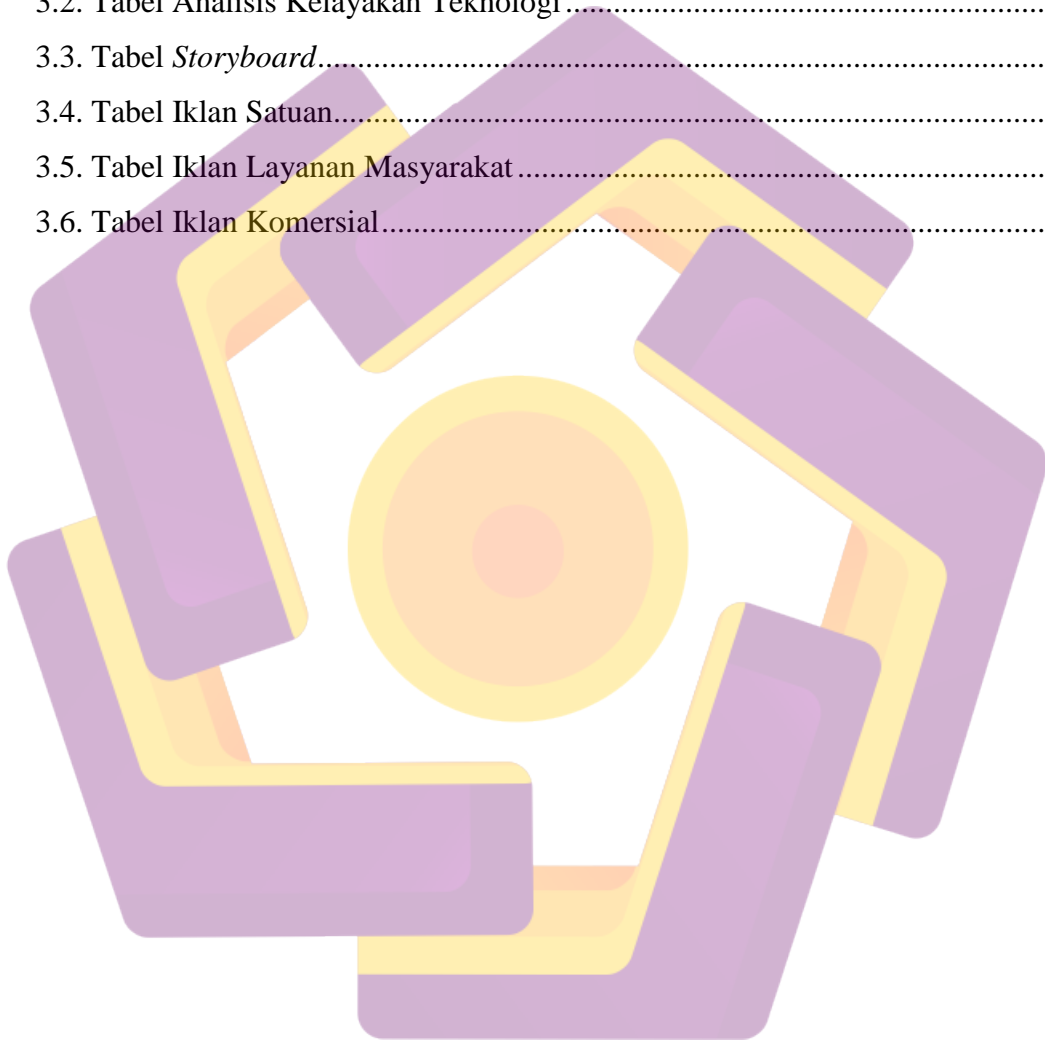
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian.....	2
1.5. Manfaat Penelitian.....	2
1.6. Metode Pengumpulan	3
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.2. Konsep Dasar Multimedia	7
2.2.1. Pengertian Multimedia.....	7
2.2.2. Elemen Multimedia.....	8
2.2.3. Visual Efek.....	10
2.2.4. <i>Motion Tracking</i>	11
2.3. Konsep Dasar Iklan	11

2.3.2. Tujuan Periklanan.....	12
2.3.3. Jenis-jenis Iklan.....	13
2.3.4. Struktur Organisasi Perusahaan Periklanan	16
2.4. Pengertian Iklan Televisi	18
2.4.1. Bentuk-bentuk Iklan Televisi	18
2.5. Konsep Dasar Video.....	20
2.5.1. Jenis-jenis Video	20
2.5.2. Standar Video.....	21
2.6 Green Screen	22
2.7. Perangkat Lunak yang Digunakan.....	23
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	28
3.1. Gambaran Umum	28
3.1.1. Kalawa Waterpark Palangka Raya.....	28
3.1.2. logo.....	30
3.1.3. Visi dan Misi	30
3.2. Analisis Sistem	30
3.2.1. Analisis SWOT	31
3.2.1.1. <i>Strength</i> (kekuatan).....	32
3.2.1.2. <i>Weakness</i> (kelemahan)	32
3.2.1.3. <i>Opportunities</i> (peluang).....	32
3.2.1.4. <i>Threats</i> (Ancaman)	33
3.3. Analisis Kebutuhan Sistem.....	35
3.3.1. Kebutuhan Informasi.....	36
3.3.2. Kebutuhan <i>Hardware</i>	36
3.3.3. Kebutuhan <i>Software</i>	37
3.3.4. Kebutuhan <i>Brainware</i>	37
3.4. Analisis Kelayakan Sistem	38
3.4.1. Kelayakan Teknologi	38
3.4.2. Kelayakan Hukum.....	39
3.4.3. Kelayakan Operasional	39
3.5. Perancangan.....	39

3.5.1. Perancangan Ide dan Konsep	40
3.5.2. Tema.....	40
3.5.3. Perancangan Naskah	41
3.5.4. Perancangan Animasi.....	43
3.5.5. Perancangan <i>Storyboard</i>	44
3.6. Implementasi Iklan	49
3.6.1. Media Penyampaian Iklan.....	49
3.6.2. Tarif Iklan TVRI Kalimantan Tengah.....	50
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Memproduksi Iklan televisi	53
4.1.1. Produksi	54
4.1.2. Pasca Produksi	57
4.1.2.1. Editing	58
4.1.2.2. Pembuatan animasi dan <i>Compositing</i>	61
4.1.2.3. Pembuatan <i>Sound</i>	67
4.1.2.4. <i>Rendering</i>	68
BAB V PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

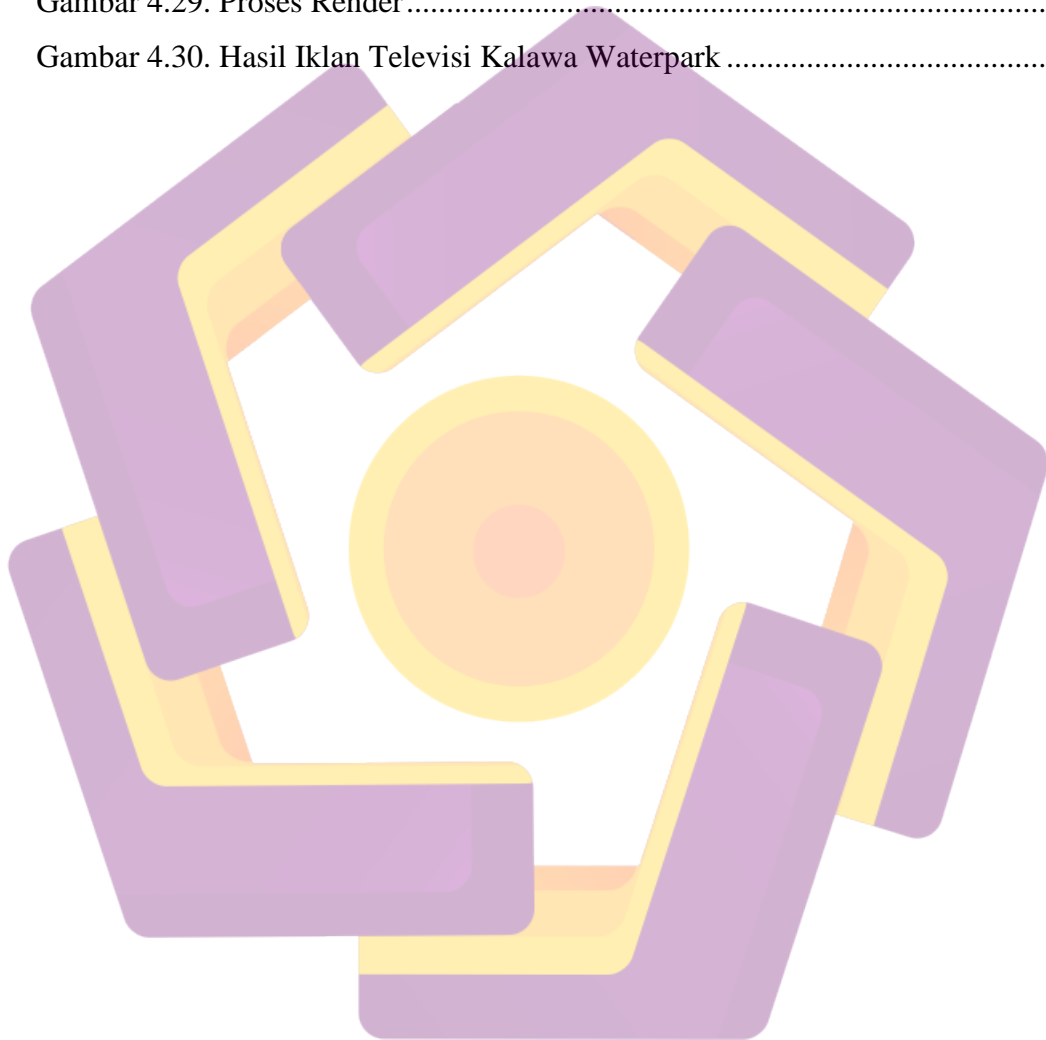
2.1. Struktur Organisasi Biro Iklan	16
3.1 Strategi SWOT	34
3.1. Tabel Biaya Talent	38
3.2. Tabel Analisis Kelayakan Teknologi	39
3.3. Tabel <i>Storyboard</i>	44
3.4. Tabel Iklan Satuan	51
3.5. Tabel Iklan Layanan Masyarakat	51
3.6. Tabel Iklan Komersial	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tampilan Adobe Premiere Pro CS6.....	23
Gambar 2.2. Tampilan Adobe After Effect CS6.....	24
Gambar 2.3. Tampilan Adobe Photoshop CS6.....	25
Gambar 2.4. Tampilan Adobe Audition.....	26
Gambar 2.5. Tampilan Fruity Loops 9.0.....	27
Gambar 3.1. Logo Kalawa Waterpark Palangka Raya	30
Gambar 4.1. Bagan Memproduksi Iklan Televisi Kalawa Waterpark.....	53
Gambar 4.2. Proses Shooting di Kalawa Waterpark.....	54
Gambar 4.3. Proses Shooting dengan Green Screen.....	55
Gambar 4.4. Pembuatan objek untuk transisi.....	56
Gambar 4.5. Pembuatan objek untuk animasi.....	56
Gambar 4.6. Pembuatan objek transisi dan dianimasikan di After Effect	57
Gambar 4.7. Objek-objek yang akan digunakan untuk animasi	57
Gambar 4.8. Tampilan Jendela New Project.....	58
Gambar 4.9. Membuat Sequence Baru	59
Gambar 4.10. Import File.....	59
Gambar 4.11. Tampilan Video yang Diimport.	60
Gambar 4.12. Tampilan Susunan Video	60
Gambar 4.13. Pemberian Efek Transisi pada Susunan Video	61
Gambar 4.14. Import File Adobe Premiere Pro	62
Gambar 4.15. Penambahan efek animasi teks.....	62
Gambar 4.16. Efek animasi teks di <i>entrance</i> Kalawa Waterpark	63
Gambar 4.17. Penambahan objek animasi di video	63
Gambar 4.18. Efek <i>color key</i>	64
Gambar 4.19. Import background	64
Gambar 4.20. Import objek logo	65
Gambar 4.21. Import talent dan efek position	65
Gambar 4.22. <i>Closing</i>	66
Gambar 4.23. <i>Motion tracking</i> pada pesawat.....	66

Gambar 4.24. <i>Fruity loops 9.0</i>	67
Gambar 4.25. Import sound ke Audition	67
Gambar 4.26. Import File yang telah diedit	68
Gambar 4.27. Mulai Proses Render	69
Gambar 4.28. Atur Format Video	69
Gambar 4.29. Proses Render	70
Gambar 4.30. Hasil Iklan Televisi Kalawa Waterpark	70



INTISARI

Dunia hiburan yang semakin ramai saat ini seolah menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dalam menjalankan banyak kegiatan usahanya. Salah satu diantaranya adalah dengan mengadakan promosi. Media promosi yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan adalah melalui media periklanan.

Iklan Company Profile Kalawa Waterpark Palangka Raya mempunyai karakteristik khusus seperti kombinasi gambar, suara dan gerak. Oleh karena itu penulis ingin mencoba membuat iklan Company Profile sebagai media promosi pada Wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya di Kalimantan Tengah. Periklanan ini juga ditunjukkan untuk menjadi media promosi manajemen perusahaan dalam mempromosikan Wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya.

Penulis melakukan penelitian menggunakan metode pengumpulan data melalui internet dan Wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya. Pada akhirnya pembuatan iklan Company Profile sebagai media promosi Wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya ini dapat membantu manajemen mempromosikan Wisata Kalawa Waterpark Palangka Raya.

Kata Kunci: Iklan Televisi, Media Promosi, Kalawa Waterpark Palangka Raya.

ABSTRACT

The Intertainment is increase by tight business competition. It is require for company to be more creative in any business activities. On of them is with the promotion. The Media Promotion are often used to deliver information about the company is through by media advertising.

Company Profile Advertising Kalawa Waterpark Palangka Raya have special characteristics like picture combination, sound, and movement. Therefore, the authors would like to try to make an Company Profile advertising as a media promotion on Kalawa Waterpark Palangka Raya Tourism at Central Kalimantan. This Advertising also intended to be a media promotion for company's management to promote Kalawa Waterpark Palangka Raya Tourism.

The author conducted research using the method of data collection via internet also at the Kalawa Waterpark Palangka Raya Tourism. In the end for creating Company Profile advertising as a media promotion Kalawa Waterpark Palangka Raya Tourism can helping management to promote Kalawa Waterpark Palangka Raya Tourism.

Keywords: *Television Ads, Media Promotion, Tourism Kalawa Waterpark Palangka Raya.*

